


[HOMEPAGE](#)
[SOMMARIO](#)
[SCENARI](#)
[CAMPAGNE](#)
[STRATEGIE](#)
ABBONATI ORA!

 OGGI E' IL **15/10/2008**

 Nome utente

 Password

 Memorizza

[Password dimenticata?](#)

Loyalty

[HOMEPAGE](#)
[SOMMARIO](#)
[SCENARI](#)
[CAMPAGNE](#)
[STRATEGIE](#)
[SPECIALISTI](#)
[PRODOTTI](#)
[RETAIL MARKETING](#)
[LIBRI](#)
[POP SPOT](#)
[RICERCHE](#)
[MONITORAGGI](#)
[REGALI DI GUSTO](#)
[APPUNTAMENTI](#)
[CERCO/OFFRO LAVORO](#)

Il self shopping diventa interattivo



(06/10/2008) **JOYA** Il nuovo pod di Datalogic è uno strumento che aggiunge alla funzione di self scanning quella di un vero e proprio mezzo di comunicazione, in grado di fornire informazioni multimediali su promozioni e sconti, video e musica

Il self shopping fa un salto in avanti e si trasforma in un momento d'informazione e intrattenimento per il consumatore e d'interattività con il retailer. Tutto questo grazie a Joya, il pod ultimo nato in casa del gruppo Datalogic, terzo produttore al mondo, e il maggiore in Europa, di lettori di codici a barre, di mobile computer per la raccolta dati e di sistemi a tecnologia

rfid.

Joya, che il consumatore può prelevare dal dispenser situato all'ingresso del negozio, è un oggetto dal design esclusivo e dalle elevate prestazioni, leggero ed ergonomico: è dotato di display a colori retroilluminato e ad alta risoluzione, di un microfono e sound polifonico di qualità e di un sistema bluetooth. S'illumina quando il consumatore v'inserisce la sua carta fedeltà o vi avvicina il suo cellulare nfc (near field communications) e svolge innanzitutto le funzioni di self scanning, permettendo al cliente di leggere il codice a barre sui prodotti che acquista e di riporre i prodotti stessi direttamente nelle buste all'interno del carrello, senza la necessità di far scorrere la merce sul nastro e di pagare quindi rapidamente, senza coda, alla cassa o attraverso il self-service presso uno degli appositi terminali.

Joya è però anche strumento privilegiato per far comunicare i retailer con gli acquirenti: il cliente può ricevere informazioni sulle caratteristiche dei prodotti e sui contenuti nutrizionali, conoscere offerte e promozioni, informazioni sui prezzi netti dei prodotti e sull'ammontare della spesa, visualizzando in tempo reale il valore dello scontrino da pagare in cassa; inoltre, grazie al sistema bluetooth, ha la possibilità di scaricare immagini, spot promozionali e videogiochi dalle apposite postazioni segnalate dal logo Joya e posizionate sugli scaffali, lungo le

**Scarica
le presentazioni
del convegno:
Le operazioni
promozionali
di breve periodo
"non di prezzo"**



corsie del supermercato.

Il retailer ha così la possibilità di monitorare le abitudini del cliente, le sue aspettative e il suo background commerciale, per proporre offerte personalizzate mirate a dare nuovi impulsi allo shopping. Attraverso il pod i clienti possono a loro volta comunicare le loro richieste al retailer: a casa utilizzando internet o nel negozio con il microfono di cui è dotato Joya. La comunicazione al cliente diretta e personalizzata (digital e smart signage) ha un impatto di gran lunga superiore alla comunicazione tradizionale e costituisce uno strumento efficace e innovativo per migliorare l'interazione con il cliente e per aiutare le sue scelte. Datalogic offre anche un servizio di analisi delle specifiche, di consulenza marketing e di analisi dei risultati per l'utilizzo più efficace di Joya.

Mario Crisanti

La scheda

Fornitore	Datalogic
Tipologia	pod di self scanning e apparecchio multimediale
Punti di forza	capacità di veicolare immagini e suoni, grazie al sistema bluetooth e a un microfono e sound polifonico di qualità

[<Precedente](#)

[Prossimo>](#)

[CHI SIAMO](#) [ADVERTISING](#) [CONTATTACI](#) [CONDIZIONI DI UTILIZZO](#) [POLITICA PRIVACY](#)

COPYRIGHT © ORGANIZZAZIONE PROMOZIONE SPAZI SRL - Tutti i diritti riservati - P. Iva 10610740150